

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Quality Function Deployment (QFD) pertama kali diperkenalkan di Negara Jepang pada tahun 1996 oleh Dr. Yoji Akao, Professor of Management Engineering dari Tamagawa University Jepang. Mulai berkembang pertama kali pada tahun 1972 oleh perusahaan Mitsubishi di Kobe Shipyard, dan diadopsi oleh Toyota pada tahun 1978 dan tahun-tahun selanjutnya dikembangkan oleh perusahaan lainnya. Definisi dari QFD sendiri menurut Dr. Yoji Akao adalah suatu metode untuk mentransformasikan permintaan dari user menjadi sebuah design quality untuk menyebarkan function forming quality dan menyebarkan metode-metode untuk mencapai design quality ke dalam sistem, bagian komponen dan elemen-elemen spesifik dalam proses manufaktur.

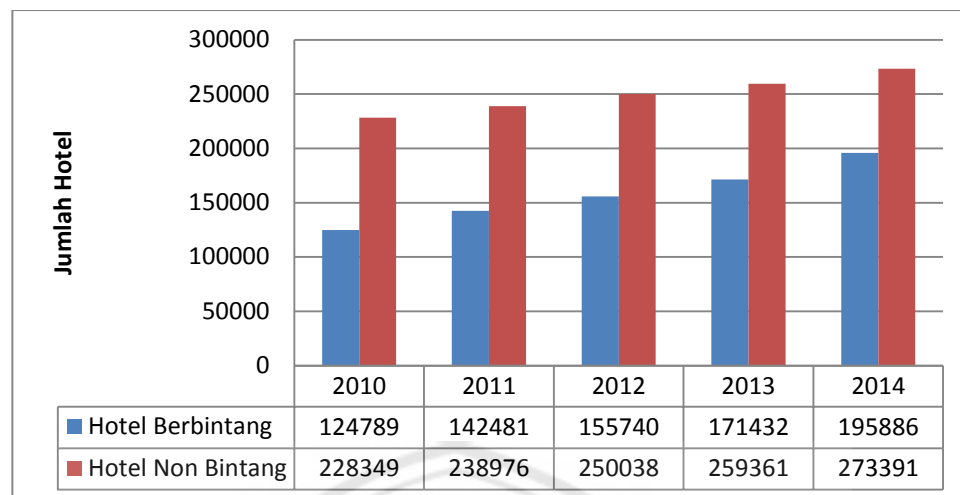
QFD didesain untuk membantu para perencana agar dapat fokus pada karakteristik dari produk maupun layanan yang ada dari sudut pandang segmentasi pasar, perusahaan, atau kebutuhan pengembangan teknologi. QFD juga sangat berguna untuk mentransformasikan Voice Of Customer (VOC) ke dalam karakteristik engineering untuk sebuah produk atau service dengan memprioritaskan karakteristik masing-masing produk atau service bersamaan dengan pengaturan target pengembangan secara simultan untuk produk atau service tersebut.

Fokus utama dari QFD ini yaitu melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin. Filosofi yang mendasarinya adalah bahwa pelanggan tidak akan puas dengan suatu produk meskipun suatu produk yang dihasilkan sempurna. QFD merupakan suatu metodologi yang

digunakan oleh perusahaan untuk mengantisipasi dan menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menggabungkan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dalam produk dan jasa yang disediakan bagi konsumen.

Keberadaan QFD tersebut, sangat berpengaruh terhadap bagaimana suatu perusahaan dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen yang tujuannya adalah untuk mencapai kepuasan konsumen. Studi tentang kepuasan konsumen ini tidak hanya untuk perusahaan pengelola produk seperti pabrik manufaktur, tetapi juga perusahaan pengelola jasa, salah satunya adalah sektor pariwisata seperti perhotelan.

Di Indonesia, sektor pariwisata masih menjadi bisnis paling diminati sampai saat ini, khususnya bidang perhotelan. Usaha yang bergerak di bidang jasa ini, tidak hanya berkembang di kota besar tetapi juga daerah-daerah yang dianggap sebagai lahan bisnis, seperti pedesaan yang asri dengan suasana jauh dari keramaian atau memiliki pemandangan yang tidak ditemui di kota besar. Usaha perhotelan ini sangat terasa perkembangannya dengan jumlah hotel yang semakin banyak setiap tahun. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa perkembangan perhotelan ini dapat dilihat dari jumlah penambahan kamar setiap tahunnya yang dapat mencapai angka puluhan ribu per tahun, baik di hotel berbintang maupun hotel non bintang.

Tabel 1.1 **Data Jumlah Kamar Hotel di Indonesia**

Sumber: Badan Pusat Statistik (bps.go.id)

Menurut data dari BPS, hingga tahun 2014, jumlah kamar untuk hotel berbintang di Indonesia telah mencapai 195.886 kamar, yaitu lebih banyak sebesar 24.454 kamar apabila dibanding dengan tahun 2013 yang hanya 171.432 kamar. Sedangkan, jumlah kamar untuk hotel non bintang yaitu 273.391 kamar di tahun 2014, yaitu lebih banyak sebesar 14.030 kamar apabila dibanding dengan tahun 2013 yang hanya 259.361 kamar. Keadaan tersebut juga didukung oleh pertambahan jumlah pengunjung hotel baik domestik maupun mancanegara yang terus bertambah, sehingga menyebabkan para pengusaha perhotelan semakin bersaing untuk dapat mengungguli satu sama lain, dimana yang mampu memberikan pelayanan maksimal dan berkualitas yang menang.

Pada umumnya, kualitas diartikan sebagai suatu keadaan dimana suatu barang atau jasa dapat memenuhi keinginan dan mencapai kepuasan konsumen. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif, kebaikan suatu barang atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan

kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Menurut Goetsch dan Davis (1994) dalam Tjiptono dan Diana (2001:4), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen atau pelanggan. Sehingga, kualitas tidak dapat dipandang hanya dari satu sisi, tetapi dari semua aspek yang mendukung terjadinya kualitas tersebut.

Sedangkan, pelayanan diartikan sebagai suatu metode, sistem atau prosedur yang digunakan untuk memenuhi apa yang menjadi harapan pelanggan. Menurut Gronroos dalam Lovelock (2010:154) kualitas yang dirasakan dari suatu pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan didefinisikan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa dan sangat mengedepankan kualitas pelayanan, maka penting bagi pengusaha perhotelan untuk memahami konsep kualitas dan memperhatikan setiap pelayanan atas jasa yang diberikan. Sebab, kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan

yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen pemasaran dan manajemen operasional. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing-mix*), yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan. Dilihat dari sudut manajemen operasional, kualitas produk merupakan salah satu kebijaksanaan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Manager operasional berperan sebagai pengambil keputusan atas apa yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap pelanggan.

Untuk menjalankan tugas sebagai Manajer Operasional yang baik, maka dalam menghasilkan layanan yang berkualitas, dibutuhkan suatu metode yaitu *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut Stevenson dan Chuong (2014:172) QFD adalah pendekatan terstruktur untuk memadukan 'suara pelanggan ke proses pengembangan produk atau jasa. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa kebutuhan pelanggan diperhitungkan dalam setiap aspek proses. Mendengar dan memahami pelanggan adalah fitur pokok dari QFD. QFD berguna untuk memastikan bahwa suatu perusahaan memusatkan perhatiannya terhadap kebutuhan konsumen sebelum setiap pekerjaan perancangan dilakukan. Sedangkan, manfaat dari QFD adalah memusatkan perancangan produk dan jasa pada kebutuhan dan kepuasan konsumen menganalisa kinerja produk perusahaan untuk memenuhi kepuasan konsumen dan mengurangi banyaknya perubahan desain.

Hotel BJ Perdana Pasuruan resmi berdiri pada tahun 2008 dan bisa dianggap sebagai pelopor pembangunan perhotelan di Kota Pasuruan. Meskipun masih tergolong hotel baru, namun hotel ini menjadi salah satu hotel paling diminati, baik oleh pengunjung domestik maupun mancanegara. Sebab, memiliki letak yang strategis yaitu berada di tengah kota dan dekat dengan lokasi wisata, salah satunya Gunung Bromo, serta menawarkan fasilitas yang cukup memadai ([bjperdanahotel.com](http://bjperdanahotel.com)). Selain itu, berdasarkan pencarian online melalui situs pemesanan hotel [agoda.com](http://agoda.com), hotel BJ Perdana Pasuruan merupakan hotel yang paling dicari di Kota Pasuruan.

Pada kenyataannya, meskipun menjadi salah satu hotel yang diminati, Hotel BJ Perdana masih memiliki kekurangan dalam pemeliharaan fasilitas, misalnya dengan kebersihan kamar mandi yang menurut beberapa tamu mancanegara masih harus ditingkatkan. Hal ini yang harus dijadikan perhatian sebagai landasan peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan, sehingga Hotel BJ Perdana tetap dapat mempertahankan eksistensinya sebagai hotel tujuan utama bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Oleh sebab itu, diperlukan studi untuk mengetahui hal-hal apa saja yang masih perlu ditingkatkan untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Melihat pentingnya peningkatan kualitas pelayanan, berdasarkan latar belakang tersebut maka diadakan penelitian dengan judul “Peningkatan Kualitas Pelayanan pada Hotel BJ Perdana Pasuruan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas berkenaan dengan peningkatan kualitas pelayanan, maka dirumuskan masalah yaitu

bagaimana peningkatan kualitas pelayanan pada hotel BJ Perdana Pasuruan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan kualitas pelayanan pada hotel BJ Perdana Pasuruan.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **a. Untuk Perusahaan**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak hotel dalam rangka merumuskan kebijakan dan dalam rangka meningkatkan kualitas jasa yang diberikan terhadap pengunjung.

#### **b. Untuk Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi perbandingan bagi siapa saja yang ingin meneliti dan mengkaji permasalahan ini.